

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB VI PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, diambil kesimpulan sebagai berikut::

1. Secara regresi linier berganda: $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$ persepsi konsumen = $3,313 + 0,552 + 0,333 + e$
2. Secara simultan (uji F) ekuitas merek dan desain produk secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap persepsi konsumen pada sepatu merek Fladeo di Ramayanan Panam Square. Hal ini dapat dilihat dari hasil $F_{hitung} (66,975) > F_{tabel} (3,09)$ dengan sig. $(0,000) < 0,05$.
3. Pengaruh masing-masing variabel indenpenden terhadap variabel dependen berdasarkan uji t yang dilakukan adalah:

a. Ekuitas Merek

Berdasarkan staatistik $t_{hitung} 7,990 > t_{tabel} 1,984$ dan sig, $(0,000) < 0,05$. maka H_1 diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa ekuitas merek berpengaruh positif terhadap persepsi konsumen.

b. Desain Produk

Berdasarkan statistik $t_{hitung} 4,336 > t_{tabel} 1,984$ dan sig, $(0,000) < 0,05$. maka H_2 diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa desain produk berpengaruh positif terhadap persepsi konsumen.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Nilai adjusted R Square (Koefisien Determinasi) sebesar 0,580 (58%) artinya dugaan dari dua variabel sebesar 58% variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Sebesar 42% di pengaruhi faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

6.2 Saran

Setelah melihat hasil dalam penelitian ini, maka penulis memberikan saran yang dapat dipertimbangkan untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen melalui membangun persepsi konsumen adalah sebagai berikut:

1. Ekuitas Merek (X1): Agar dapat lebih meningkatkan persepsi positif konsumen maka pihak perusahaan harus menciptakan citra merek yang baik dibenak konsumen. Sehingga sepatu merek fladeo tetap menjadi pilihan terbaik.
2. Desain Produk (X2): Agar konsumen tidak merasa bosan dengan desain produk sepatu merek fladeo maka perusahaan harus melakukan inovasi terus menerus sehingga konsumen tidak merasa bosan terhadap model/ desain yang ditawarkan.
3. Persepsi Konsumen (Y): Agar dapat meningkatkan persepsi yang baik mengenai sepatu merek Fladeo maka sangat penting bagi produsen untuk membangun citra merek yang baik desain yang selalu up to date sehingga konsumen terus merasa puas. Sehingga tercipta persepsi yang baik terhadap produk.